

التسويق بالمحتوى

Content Marketing

الحملة التسويقية الرقمية

MKT 224

الأسبوع 6

التسويق بالمحتوى في الحملات التسويقية الرقمية

اعداد

د. محمد عادل عبدالرازق
دكتورة إدارة الأعمال، جامعة اكستر، إنجلترا



الأهداف التعليمية للمحاضرة

في نهاية هذه المحاضرة، سيكون الطلاب قادرين على:

- فهم أساسيات التسويق بالمحتوى وأهميته في بناء علاقات قوية مع الجمهور في العصر الرقمي.
- التعرف على استراتيجيات إنشاء محتوى جذاب وتحديد الجمهور المستهدف واختيار نوع المحتوى الملائم.
- معرفة طرق الترويج وتوزيع المحتوى عبر قنوات متعددة لضمان الوصول الفعال للجمهور.
- فهم كيفية قياس أداء المحتوى ونجاحه باستخدام مؤشرات الأداء الرئيسية KPIs وتحليل التفاعل مع الجمهور.
- استكشاف التوجهات الحديثة في التسويق بالمحتوى، مثل استخدام الذكاء الاصطناعي والمحتوى التفاعلي لتعزيز التفاعل وزيادة ولاء الجمهور.



مكونات المحاضرة

الجزء الأول: مقدمة إلى التسويق بالمحتوى.

الجزء الثاني: استراتيجيات إنشاء محتوى جذاب.

الجزء الثالث: الترويج للمحتوى وتوزيعه.

الجزء الرابع: تحليل أداء المحتوى وقياس النجاح.

الجزء الخامس: التوجهات الحديثة في التسويق بالمحتوى



الجزء الأول:

مقدمة إلى التسويق بالمحتوى



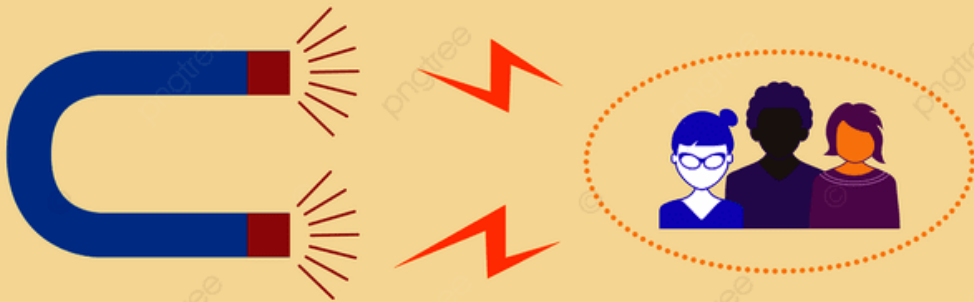
ما هو التسويق بالمحتوى؟

06

• التسويق بالمحتوى هو أسلوب يعتمد على تقديم محتوى ذو قيمة للجمهور المستهدف، بهدف جذبهم وتعزيز التفاعل وبناء علاقة طويلة الأمد معهم.

• أهداف التسويق بالمحتوى:

1. جذب الجمهور المستهدف
2. بناء الثقة وتعزيز العلاقة مع العملاء
3. توجيه الجمهور نحو اتخاذ قرارات شرائية



أهمية التسويق بالمحتوى في العصر الرقمي

06

التعزيز طويل الأمد
للعلامة التجارية

بناء الثقة وتعزيز
المصداقية

التفاعل الفعّال

المحتوى يسهم في
خلق تفاعل حقيقي
مع الجمهور

الوصول إلى
جمهور واسع

الإنترنت يوفر فرصًا
للوصول إلى جمهور
كبير من مختلف أنحاء
العالم



كيف يساعد التسويق بالمحتوى في بناء العلامة التجارية؟

06



• التسويق بالمحتوى يساهم في تعزيز هوية العلامة التجارية وجعلها الخيار الأول للجمهور.

• **أساليب بناء العلامة التجارية عبر المحتوى:**

1. تقديم محتوى متسق يعبر عن هوية العلامة
2. خلق تجربة مميزة وفريدة للمستخدم
3. إظهار القيم الأساسية للعلامة التجارية



الفرق بين التسويق التقليدي والتسويق بالمحتوى

06

الجانب	التسويق التقليدي	التسويق بالمحتوى
الهدف الأساسي	زيادة المبيعات عبر الإعلانات المباشرة	بناء علاقة طويلة الأمد مع الجمهور
الوسيلة	إعلانات تلفزيونية، صحف، إعلانات مدفوعة	تقديم محتوى ذو قيمة مثل المقالات، الفيديوهات، والإنفوجرافيك
التركيز	الوصول السريع للجمهور وتوجيههم نحو الشراء	تقديم قيمة حقيقية للجمهور وبناء الثقة
التفاعل مع الجمهور	محدود ويقتصر على ردود فعل سريعة	يسمح بتفاعل حقيقي ويدفع الجمهور للتعبير عن آرائهم ومشاركة المحتوى
التأثير على المدى الطويل	قد يكون قصير الأجل ويحتاج إلى تكرار الإعلان	يساهم في بناء المصداقية وتعزيز صورة العلامة التجارية بشكل مستمر



أنواع المحتوى الرقمي في التسويق

06

الإنفوجرافيك

- يساعد على تبسيط المعلومات المعقدة بشكل مرئي

الفيديوهات

- تجذب الجمهور بصرياً وتوفر تجربة تفاعلية

مقالات ومدونات

- تقدم معلومات متعمقة حول موضوعات محددة





• المقالات والمدونات هي من أكثر أنواع المحتوى شيوعاً

في التسويق بالمحتوى

• **أهمية المقالات والمدونات:**

1. تقديم معلومات شاملة
2. تحسين ترتيب الموقع في محركات البحث
3. تعزيز الثقة مع الجمهور



لماذا يجب أن يكون المحتوى مناسباً للجمهور المستهدف؟

• المحتوى الذي يتناسب مع الجمهور المستهدف يساعد في بناء الثقة ويزيد من احتمالية تفاعل الجمهور مع العلامة التجارية.

• أسباب تخصيص المحتوى:

1. تلبية احتياجات واهتمامات الجمهور.
2. جذب الجمهور المستهدف بفعالية.
3. تعزيز فرص التفاعل والمشاركة.



كيفية تحديد الجمهور المستهدف

06

استخدام الأدوات
التحليلية

مثل Google
Analytics لتحديد
الاهتمامات
والمعلومات الأساسية

التحليل السلوكي

فهم سلوك
المستخدمين على
الإنترنت.

تحليل الديموغرافيا

تحديد الفئة
العمرية، الموقع
الجغرافي،
والاهتمامات



تحليل احتياجات الجمهور ومتطلباتهم

06

- تحليل احتياجات الجمهور يساعد في توجيه المحتوى ليصبح أكثر ملاءمة وارتباطاً بهم.
- **خطوات تحليل الاحتياجات:**

البحث في موضوعات
الاتجاهات الحديثة

دراسة الأسئلة الشائعة
والمتكررة

مراجعة تعليقات
الجمهور على منصات
التواصل.



اختيار نمط المحتوى بناءً على الجمهور

06

• اختيار نمط المحتوى يعتمد على تفضيلات الجمهور المستهدف واهتماماتهم

• أنماط المحتوى الشائعة

المقالات والنصوص

• للجمهور الذي يفضل القراءة

الفيديوهات القصيرة

• للجمهور الذي يفضل المحتوى التفاعلي والبصري

الإنفوجرافيك

• للجمهور الذي يبحث عن المعلومات المختصرة والمرئية



الخطوات الأساسية لإنشاء محتوى جذاب

06

فهم الجمهور واحتياجاته

تحديد أهداف المحتوى

اختيار الموضوع المناسب

تطوير فكرة مبتكرة

تحسين المحتوى بطرق إبداعية



أهمية العناوين الجذابة

06

- العناوين الجذابة تشجع الجمهور على قراءة المحتوى وتزيد من فرص النقر والمشاركة

• نصائح لكتابة عنوان جذاب:

1. اجعل العنوان مختصرًا وواضحًا
2. استخدم لغة مؤثرة وتشجيعية
3. ركز على الفائدة التي سيحصل عليها القارئ

TITLE



الجزء الثاني:

استراتيجيات إنشاء محتوى جذاب



تضمين كلمات مفتاحية مرتبطة بجمهورك

- الكلمات المفتاحية تساعد في تحسين ظهور المحتوى في محركات البحث وجعله أكثر ارتباطًا بالجمهور المستهدف.
- **نصائح لاختيار الكلمات المفتاحية :**

1. اختيار كلمات تعبر عن احتياجات الجمهور.
2. تجنب الكلمات العامة جداً.
3. استخدام أدوات تحليل الكلمات المفتاحية مثل

Google Keyword Planner.



أهمية القيمة في المحتوى

06

• المحتوى الذي يقدم قيمة حقيقية للجمهور يعزز من فرص مشاركته ويزيد من ولاء الجمهور للعلامة التجارية

• أشكال القيمة في المحتوى:

1. توفير معلومات مفيدة تحل مشكلة.
2. تقديم نصائح أو خطوات عملية.
3. إلهام الجمهور وتقديم قصص نجاح.



كيفية جعل المحتوى تفاعليًا

06

• المحتوى التفاعلي يشجع الجمهور على التفاعل ويساهم في زيادة انتشار المحتوى.

• طرق جعل المحتوى تفاعليًا:

1. طرح أسئلة تحفز الجمهور على التفاعل.
2. إضافة استطلاعات الرأي أو استبيانات.
3. توفير خيار التعليقات والمشاركة.



كتابة محتوى ملهم وجذاب

06

قدم حلولاً
عملية للجمهور

أضف قصصاً
أو أمثلة حقيقية

استخدم لغة بسيطة
وواضحة



بناء ثقة الجمهور من خلال المحتوى

06

• المحتوى الذي يقدم معلومات دقيقة ويستجيب لاحتياجات الجمهور يعزز الثقة بين الجمهور والعلامة

التجارية

• طرق بناء الثقة:

1. استخدام مصادر موثوقة للمعلومات.

2. الالتزام بالشفافية والمصداقية.

3. تقديم محتوى يحل مشكلات الجمهور بفعالية.



الجزء الثالث:

الترويج للمحتوى وتوزيعه



قنوات الترويج للمحتوى

06

• تعتبر قنوات الترويج جزءًا أساسيًا في استراتيجية التسويق بالمحتوى، حيث تساعد في نشر المحتوى

وجذب الجمهور المستهدف

• أهمية قنوات الترويج:

1. الوصول إلى جمهور أوسع.

2. زيادة فرص التفاعل والمشاركة.

3. تحسين التواجد الرقمي للعلامة التجارية..



وسائل التواصل الاجتماعي كوسيلة ترويج للمحتوى

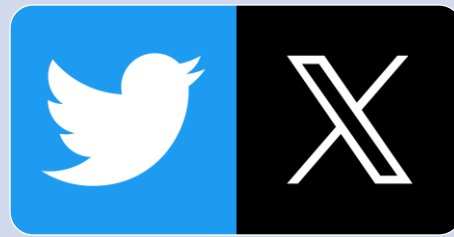
06

• تعد وسائل التواصل الاجتماعي من أهم قنوات الترويج للمحتوى بفضل قاعدة مستخدميها الكبيرة

• منصات رئيسية للترويج:



إنستغرام
منصة بصرية
للمحتوى المرئي



اكس
مثالية للمحتوى
القصير والتفاعلي



فيسبوك
مناسبة للمحتوى
المتنوع



استخدام المدونات لتسويق المحتوى

06

• المدونات تتيح تقديم محتوى طويل ومفصّل يساعد في جذب جمهور مهتم بموضوعات محددة

• أهمية المدونات:

بناء مجتمع من
القرّاء المتابعين.

توفير معلومات
مفصّلة وقيمة.

تحسين ترتيب الموقع في
محركات البحث.



التسويق بالمحتوى عبر البريد الإلكتروني

06

• البريد الإلكتروني يعتبر من الطرق الفعّالة للوصول المباشر للجمهور المستهدف.



• أهمية البريد الإلكتروني في الترويج:

1. استهداف جمهور محدد.
2. تقديم محتوى شخصي وتفاعلي.
3. توفير وسيلة مباشرة للتواصل مع الجمهور.



منصات الفيديو: Instagram وYouTube

06



• أهمية الفيديو في التسويق بالمحتوى:

1. جذب الجمهور بصريًا وجعل المحتوى تفاعلي.
2. توفير تجارب تعليمية وترفيهية.
3. تعزيز العلامة التجارية بشكل إبداعي.



بناء شبكة توزيع محتوى قوية

06

• شبكة التوزيع القوية تساعد في وصول المحتوى إلى أكبر عدد ممكن من الجمهور المستهدف

• خطوات بناء شبكة توزيع قوية:

التنوع في القنوات (مدونات، وسائل التواصل، البريد الإلكتروني)

التعاون مع شركاء مؤثرين.

تعزيز تفاعل الجمهور عبر القنوات المختلفة



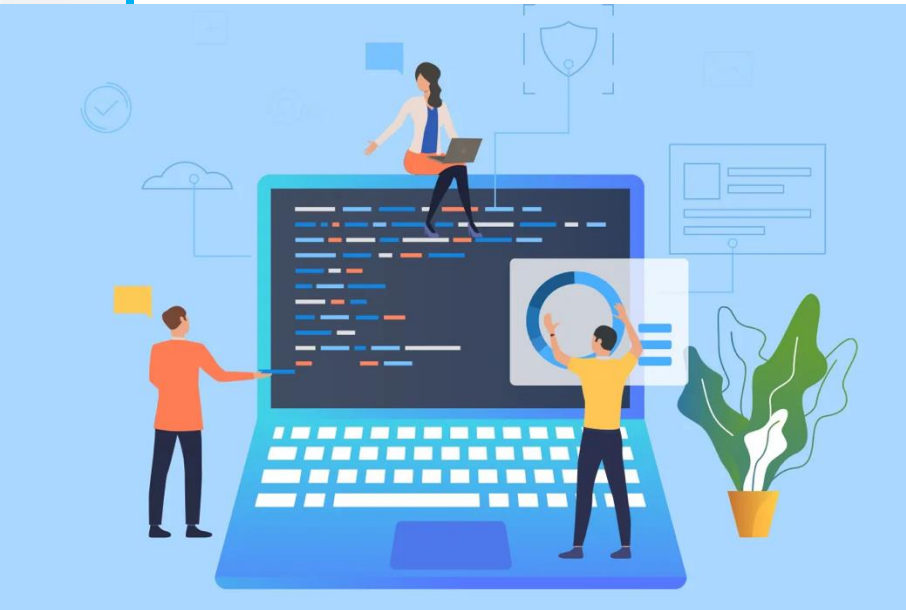
إعادة استخدام المحتوى وتوزيعه بأشكال مختلفة

06

- إعادة استخدام المحتوى تساعد في الوصول إلى جمهور أوسع وتوفير جهد إنتاج محتوى جديد.

• طرق إعادة الاستخدام:

1. تحويل المقالات إلى فيديوهات قصيرة.
2. استخدام المعلومات في إنفوجرافيك.
3. تقسيم محتوى طويل إلى أجزاء صغيرة.



كيفية توجيه الجمهور لمحتوى جديد

06

• تشجيع الجمهور على متابعة المحتوى الجديد يزيد من تفاعلهم مع العلامة التجارية.



• طرق إعادة الاستخدام:

1. إرسال إشعارات عبر البريد الإلكتروني.
2. مشاركة المحتوى على وسائل التواصل الاجتماعي.
3. إضافة روابط للمحتوى الجديد في المقالات القديمة



قياس فعالية قنوات التوزيع المختلفة

06

- قياس أداء قنوات التوزيع يساعد في تحديد القنوات الأكثر فعالية للوصول إلى الجمهور المستهدف

مؤشر الأداء	الوصف	أهمية المؤشر
عدد الزيارات	عدد الزوار الذين يأتون من كل قناة توزيع.	قياس مدى جاذبية القناة وجذبها للزوار.
معدل التفاعل	يشمل الإعجابات، التعليقات، والمشاركات التي يحصل عليها المحتوى عبر كل قناة.	تقييم مدى تفاعل الجمهور مع المحتوى على القناة.
معدل التحويل	عدد التحويلات (مثل الاشتراكات أو المشتريات) الناتجة عن كل قناة.	معرفة مدى تأثير القناة في تحقيق الأهداف الفعلية للعلامة التجارية.



مراجعة استراتيجيات التوزيع بانتظام

06

• مراجعة استراتيجيات التوزيع بانتظام يساعد في تحسين أداء المحتوى وزيادة وصوله للجمهور

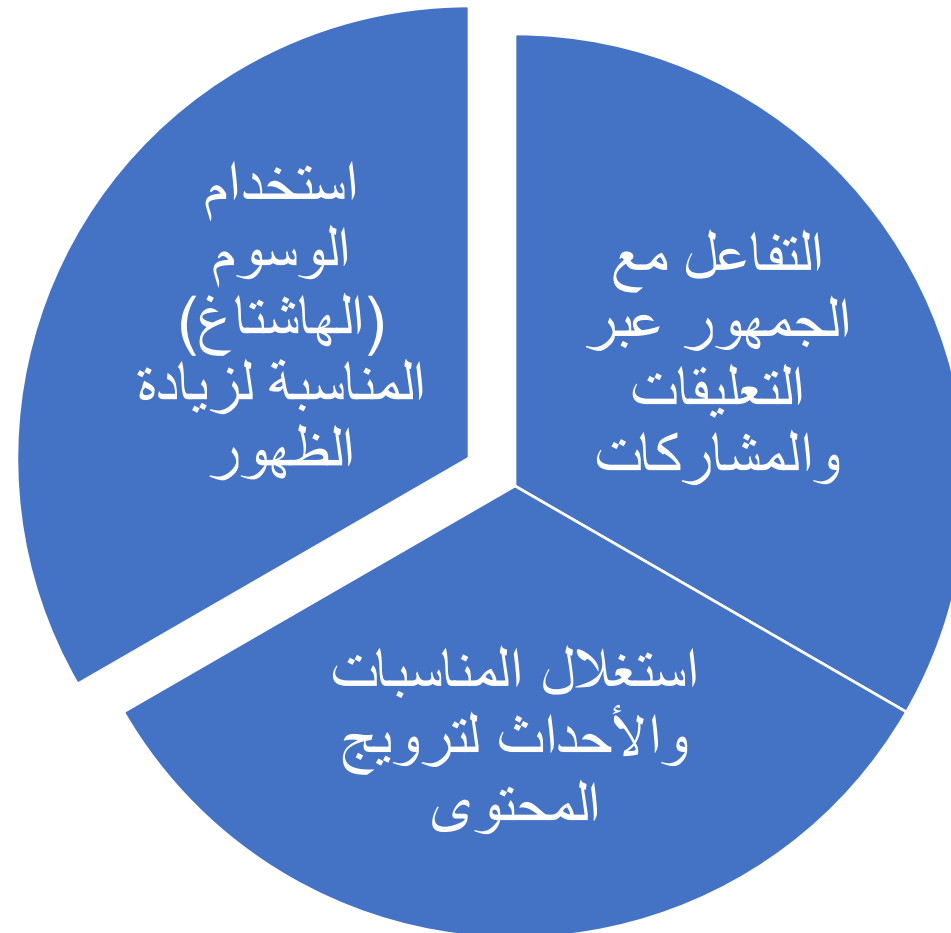
أهمية المراجعة:

1. التأكد من فعالية القنوات المستخدمة.
2. اكتشاف قنوات جديدة تتناسب مع المحتوى.
3. تعديل الاستراتيجية بناءً على نتائج الأداء



نصائح لزيادة انتشار المحتوى

06



الجزء الرابع:

تحليل أداء المحتوى وقياس النجاح



أهمية قياس أداء المحتوى

06

• قياس أداء المحتوى هو عملية تساعد على فهم مدى فعالية المحتوى وتحديد مجالات التحسين

• فوائد قياس الأداء:

تحسين استراتيجيات الترويج بناءً
على البيانات

التعرف على أكثر أنواع المحتوى
جذباً للجمهور

التأكد من وصول المحتوى
للجمهور المناسب



مؤشرات الأداء الرئيسية KPIs لتقييم فعالية المحتوى

06

مؤشرات الأداء الرئيسية

معدل التفاعل

الإعجابات،
التعليقات،
والمشاركات

معدل الارتداد

نسبة الزوار الذين
يغادرون المحتوى
بسرعة

نسبة النقر إلى
الظهور

النسبة بين عدد
النقرات وعدد
مرات الظهور

عدد الزيارات

عدد الزوار الذين
يزورون المحتوى



تحليل سلوك الجمهور على المحتوى

06

أدوات تحليل سلوك الجمهور

Sprout Social

لقياس التفاعل على
وسائل التواصل

<https://sproutsocial.com/>

Hotjar

لرصد تفاعل
المستخدمين

<https://www.hotjar.com/>

Google Analytics

لتحليل حركة المرور

<https://marketingplatform.google.com/about/analytics/>



كيفية تحسين استراتيجيات المحتوى بناءً على التحليل

06

• "بناءً على البيانات المستخلصة من التحليل، يمكن تطوير استراتيجيات فعّالة للترويج وزيادة التفاعل

**خطوات التحسين:**

1. التركيز على أكثر أنواع المحتوى تفاعلاً.
2. تعديل العناوين والكلمات المفتاحية.
3. تجربة أساليب جديدة للترويج.



مراجعة دورية لأداء المحتوى

06

• إجراء مراجعة دورية لأداء المحتوى يساعد في الاستجابة للتغيرات وتحديث الاستراتيجيات

• أهمية المراجعة الدورية:

1. اكتشاف الاتجاهات الجديدة.
2. تعديل الاستراتيجيات وفقًا للبيانات الحديثة.
3. تحسين تجربة المستخدم باستمرار.



الجزء الخامس:

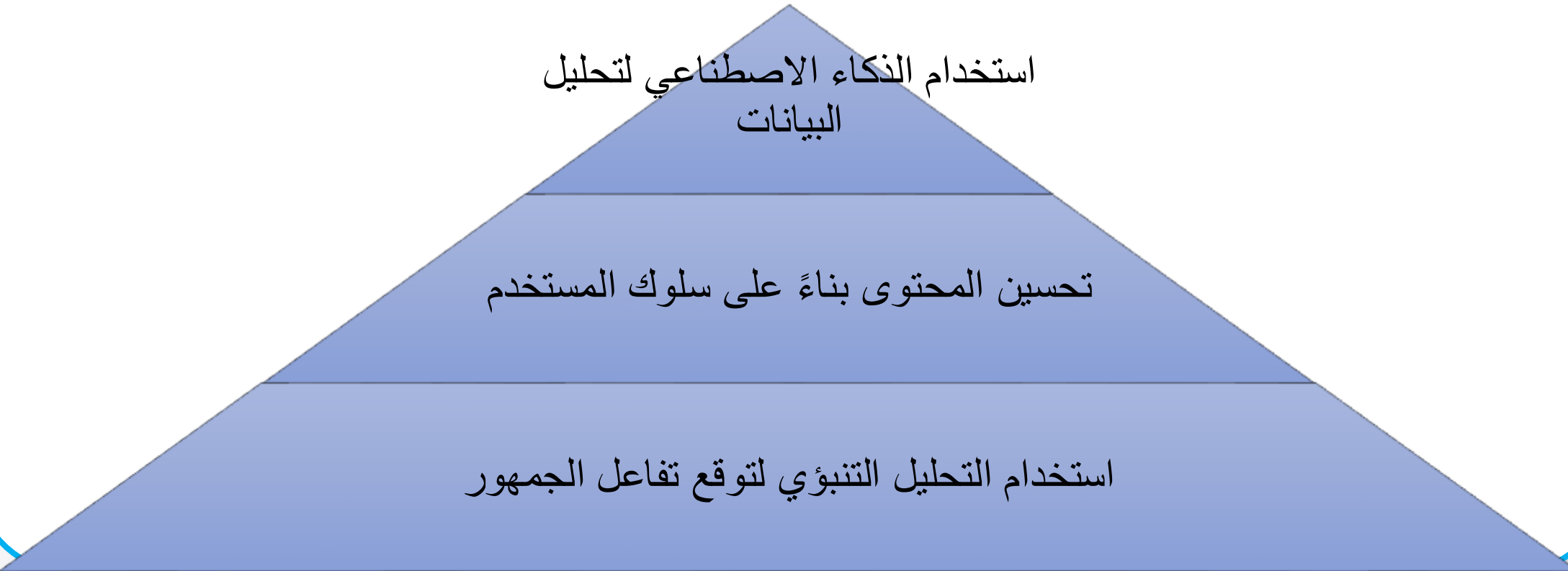
التوجهات الحديثة في التسويق
بالمحتوى



التوجهات الحديثة في تحليل أداء المحتوى

06

• أبرز التوجهات الحديثة:



استخدام الذكاء الاصطناعي لتحليل
البيانات

تحسين المحتوى بناءً على سلوك المستخدم

استخدام التحليل التنبؤي لتوقع تفاعل الجمهور



استخدام الذكاء الاصطناعي في إنشاء المحتوى

06

• فوائد استخدام الذكاء الاصطناعي:

1. توفير الوقت في إنشاء المحتوى مثل ChatGpt.
2. تحليل تفضيلات الجمهور بشكل دقيق مثل AIM Insights.
3. تحسين تجربة المستخدم من خلال التخصيص مثل Ailyze.



الذكاء الاصطناعي في تحليل سلوك الجمهور

06

• الذكاء الاصطناعي يتيح تحليل سلوك المستخدمين بطريقة أكثر دقة وتفصيلاً، مما يساعد في تقديم محتوى ملائم

• فوائد تحليل السلوك باستخدام الذكاء الاصطناعي:

1. التنبؤ بتفضيلات الجمهور المستقبلية.
2. تحسين الاستراتيجيات بناءً على البيانات الفعلية.
3. زيادة التفاعل عبر التخصيص المستمر.



التفاعل مع الجمهور عبر المحتوى المتقدم

06

- المحتوى المتقدم يعزز من فرص التفاعل ويجذب الجمهور لفترات أطول

- أمثلة على المحتوى المتقدم:

البث المباشر للتفاعل المباشر مع الجمهور

محتوى الواقع الافتراضي (VR)

محتوى الواقع المعزز (AR)





Thank You